



Strategi *Cyber Public Relations* dalam Mempertahankan Citra Pelayanan Rumah Sakit pada Akun @Mediastra.Hospital

Rifa Zahro Nurhayati¹, Lathifa Prima Ghanistyana², Amanda Sisi Cahyani³, Nisa Az Zahra⁴

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang, rifazahronur@gmail.com

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang, lathifaprima09@gmail.com

³Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang, amandasisi003@gmail.com

⁴Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang, nisaazzahra1705@gmail.com

Corresponding Author: rifazahronur@gmail.com¹

Abstract: *This study aims to determine what strategies are used by the Public Relations of Pakuwon Hospital, Sumedang Regency in maintaining its image. Pakuwon General Hospital faces challenges in building and maintaining its image in the digital era, especially related to the delivery of information, quality of service, and public perception. This study aims to determine the public relations strategy in maintaining the hospital's image internally and externally. The method used in this study is quantitative with descriptive qualitative data studies. The results of this study are the public relations strategy carried out by Pakuwon Hospital, Sumedang Regency in maintaining its image is by conducting Fact Finding (discovering data and facts), in this case the hospital's public relations accommodates input, criticism, and suggestions submitted by the community, both the surrounding community and patients who are undergoing treatment at Pakuwon Hospital, Sumedang Regency. Planning, planning carried out by Pakuwon Hospital by implementing a strategy to improve health services by creating programs or disseminating health information on social media, the programs held are blood donation, social services, medical check-ups, Public Relations as a mediator for patients who died due to Covid-19, and Live Instagram as a means of providing material and information about health. Evaluation (Evaluation), the evaluation carried out always communicates and coordinates with all parties, both staff and patients, with the hospital management, so that if a problem is found, it can be responded to quickly and immediately resolve the problem with the best solution for each party.*

Keywords: *Strategy, Public Relations, Image, Digital Age.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan Humas Rumah Sakit Pakuwon Kabupaten Sumedang dalam menjaga citra. Rumah Sakit Umum Pakuwon menghadapi tantangan dalam membangun dan menjaga citra di era digital, terutama

terkait penyampaian informasi, kualitas pelayanan, dan persepsi publik. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi humas dalam menjaga citra rumah sakit secara internal dan eksternal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan studi deskriptif data kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah strategi humas yang dilakukan pihak Rumah Sakit Pakuwon Kabupaten Sumedang dalam menjaga citra adalah dengan melakukan Fact finding (penemuan data dan fakta), dalam hal ini pihak humas rumah sakit menampung masukan, kritik, dan saran yang disampaikan oleh masyarakat baik masyarakat sekitar maupun pasien yang melakukan pengobatan di Rumah Sakit Pakuwon Kabupaten Sumedang. Planning (Perencanaan), perencanaan yang dilakukan Rumah Sakit Pakuwon dengan menjalankan strategi meningkatkan pelayanan kesehatan dengan membuat program atau menyebarkan informasi kesehatan di media sosial, program yang diselenggarakan yaitu donor darah, bakti sosial, medical check-up, Humas menjadi mediator bagi pasien yang meninggal karena Covid-19, dan Live Instagram sebagai sarana memberikan materi dan informasi mengenai kesehatan. Evaluation (Evaluasi), evaluasi yang dilakukan selalu berkomunikasi dan berkoordinasi dengan semua pihak baik itu staff maupun pasien, dengan pihak manajemen rumah sakit, sehingga apabila masalah ditemukan, dapat segera ditanggapi secara cepat dan segera melakukan penyelesaian masalah dengan solusi yang terbaik bagi setiap pihak.

Kata Kunci: Strategi, Humas, Citra, Era Digital, *Cyber Public Relations*, Rumah Sakit, Perlindungan Data, Privasi Pasien.

PENDAHULUAN

Sejalan dengan perkembangan pelayanan di bidang kesehatan, penggunaan teknologi melalui media sosial dianggap sangat penting untuk melancarkan penyampaian program dan informasi layanan kesehatan melalui situs yang disajikan oleh instansi itu sendiri, yaitu dengan cara mengeksplor dan memanfaatkan teknologi informasi agar dapat meningkatkan kualitas layanan kesehatan dengan baik dan maksimal (Viyandika & Wiwitan, 2022), tanpa mengabaikan media lain yang tetap menjadi hal penting dalam melakukan penyampaian informasi, yaitu media yang sudah dikenal di khalayak seperti majalah, radio, televisi, dan yang lain. Hal ini dilakukan perusahaan atau instansi agar mendapatkan pandangan atau citra positif di mata masyarakat luas sehingga dapat terus berkembang. Mengenai citra rumah sakit, kadang membuat perbedaan pandangan terhadap rumah sakit itu sendiri di mata khalayak atau publik yang kebanyakan mendapatkan komentar dan masukan yang tidak sedikit. Contohnya mengenai suasana di rumah sakit itu sendiri, kenyamanan dan kebersihannya yang kurang diperhatikan oleh pihak rumah sakit. Tidak sedikit tenaga medis yang tidak memberi informasi yang cukup terhadap pasien, akibatnya kebutuhan pasien tidak terpenuhi. Sebagai salah satu rumah sakit yang berstatus swasta di Kabupaten Sumedang, Rumah Sakit Umum Pakuwon yang pada awalnya dikhususkan hanya untuk melayani pasien kesehatan bedah saja, tetapi seiring dengan berjalan waktu dan perkembangannya serta melihat kebutuhan masyarakat, maka pelayanan rumah sakit ditetapkan menjadi rumah sakit umum. Seiring dengan berkembangnya era, Rumah Sakit Umum Pakuwon juga saat ini sudah melengkapi sarana dan prasarana yang akan mendukung dalam proses pelayanan kesehatan kepada masyarakat, walaupun dalam perjalanannya masih menemui kendala dan terus mengupgrade agar dapat menyesuaikan dengan kebutuhan publik. Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, penulis tertarik dan merasa perlu untuk melakukan penelitian mengenai “ Strategi Humas Rumah Sakit Umum Pakuwon Kabupaten Sumedang “ (Studi deskriptif menjaga citra rumah sakit di era digital) agar mengetahui langkah-langkah yang dilaksanakan oleh Humas Rumah Sakit dalam melakukan kegiatan dalam rangka menjaga

citra Rumah Sakit baik secara internal maupun eksternal. Berikut tujuan penelitian pada penelitian yang selanjutnya menjadi pembahasan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui penemuan fakta di lapangan (fact finding) yang dilakukan oleh Humas Rumah Sakit Pakuwon Kabupaten Sumedang.
2. Untuk mengetahui perencanaan (planning) yang dilakukan oleh Humas Rumah Sakit Pakuwon Kabupaten Sumedang.
3. Untuk mengetahui tindak lanjut dan komunikasi (action and communication) yang dilakukan Humas Rumah Sakit Pakuwon Kabupaten Sumedang.
4. Untuk mengetahui evaluasi (evaluation) atas hasil kerja yang dilakukan oleh Humas Rumah Sakit Pakuwon Kabupaten Sumedang.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam bagaimana strategi Cyber Public Relations diterapkan oleh rumah sakit dalam mempertahankan citra pelayanannya melalui akun @mediastra.hospital. Kami melakukan suatu pendekatan sistematis dalam mengumpulkan, mengevaluasi, dan mensintesis berbagai penelitian yang sudah ada mengenai topik tertentu yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai isu tersebut. Selain itu, metode ini juga berfungsi untuk mengidentifikasi celah-celah dalam penelitian yang ada serta membangun landasan yang kokoh untuk penelitian selanjutnya.

Proses dalam metode penelitian literatur review meliputi:

1. Rumusan masalah penelitian, mengenai hal hal yang akan dibahas lebih dalam pada isu yang kami teliti mengenai strategi Cyber Public Relation yang diterapkan oleh rumah sakit dalam mempertahankan citra pelayanannya melalui akun @mediastra.hospital.
2. Pencarian literatur dan seleksi literatur, dalam poin ini kami mencari studi kasus yang kami nilai relevan untuk dijadikan referensi dalam penelitian kami. Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini Berupa dokumentasi, laporan, publikasi rumah sakit, serta analisis unggahan dan interaksi di akun @mediastra.hospital.
3. Penyusunan laporan, proses ini menjadi proses akhir dalam metode penelitian literatur review. Pada poin ini peneliti mulai menggabungkan hasil literatur atau studi kasus yang peneliti temukan sehingga dapat menyimpulkan pola, strategi, serta dampak penerapan Cyber PR terhadap citra rumah sakit.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah awal dalam manajemen hubungan masyarakat melibatkan pengumpulan data dan informasi yang relevan untuk memahami kebutuhan komunikasi serta situasi yang ada. Tim Humas Rumah Sakit Pakuwon melaksanakan survei untuk mengevaluasi kepuasan pasien, melakukan wawancara dengan tenaga medis, dan memantau media sosial guna mengidentifikasi persepsi masyarakat serta isu-isu potensial. Tahapan ini sejalan dengan hasil penelitian yang menegaskan pentingnya pengumpulan data secara sistematis untuk menyusun strategi komunikasi yang efektif (Winarto et al., 2023).

Di Rumah Sakit Pakuwon, proses pencarian fakta di lapangan dilakukan dengan pendekatan yang cukup terbuka. Tim Humas tidak hanya bergantung pada data di atas kertas, tapi juga aktif menjalin komunikasi langsung dengan masyarakat sekitar, pasien, dan keluarga mereka. Lewat interaksi ini, mereka mencari tahu apa saja harapan dan keluhan yang berkembang di masyarakat terhadap pelayanan rumah sakit. Selain itu, media sosial juga menjadi salah satu sarana penting untuk mendengarkan suara publik. Komentar, kritik, atau saran yang masuk lewat platform digital dicatat sebagai bahan masukan. Seluruh data dan umpan balik itu menjadi acuan awal dalam merancang program kehumasan ke depannya (Viyandika & Wiwitan, 2022).

Setelah memahami kondisi di lapangan, langkah berikutnya adalah menyusun rencana strategis. Humas Rumah Sakit Pakuwon merancang berbagai program yang bertujuan meningkatkan mutu pelayanan dan memperluas informasi kesehatan ke masyarakat.

Rencana ini meliputi sejumlah kegiatan seperti kampanye donor darah, layanan pemeriksaan kesehatan gratis, dan edukasi tentang gaya hidup sehat yang disebarluaskan lewat media sosial. Platform digital dipilih karena dinilai cepat dan efektif menjangkau publik yang lebih luas. Namun, media tradisional seperti radio dan surat kabar lokal tetap dimanfaatkan agar informasi bisa menjangkau semua kalangan masyarakat, termasuk yang belum terlalu akrab dengan teknologi (Viyandika, H., & Wiwitan, 2022).

Humas RS Pakuwon telah merencanakan berbagai program yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kesehatan sekaligus membangun citra positif rumah sakit. Beberapa langkah strategis yang mereka ambil meliputi:

1. **Penyebarluasan Informasi Kesehatan:** Media sosial seperti Instagram, Facebook, serta situs web resmi digunakan sebagai sarana untuk berbagi informasi terkait kesehatan. Pendekatan ini membantu masyarakat lebih memahami pentingnya kesehatan sekaligus mempererat hubungan dengan rumah sakit (Sjoraida & Anwar, n.d.).
2. **Program Sosial dan Edukasi Kesehatan:** Berbagai kegiatan seperti donor darah, bakti sosial, pemeriksaan kesehatan, dan sesi edukasi melalui live Instagram menjadi media interaksi serta edukasi bagi masyarakat. Aktivitas ini sekaligus memupuk rasa percaya masyarakat terhadap rumah sakit (HIMIKOM UNIB, n.d.).
3. **Mediator dalam Situasi Sensitif:** Humas bertugas sebagai penghubung antara rumah sakit dan keluarga pasien, khususnya dalam kondisi sulit seperti saat menangani kasus kematian akibat Covid-19. Peran ini membantu menjaga komunikasi yang baik serta memberikan dukungan emosional kepada keluarga pasien.

Pendekatan ini menunjukkan pentingnya peran Humas dalam memastikan terciptanya komunikasi yang efektif, edukasi kesehatan, serta citra positif bagi institusi.

Humas RS Pakuwon berperan penting dalam menjamin informasi kesehatan tersampaikan secara efektif baik kepada masyarakat maupun pihak internal rumah sakit. Berikut adalah langkah-langkah strategis yang telah dilakukan:

1. Pengelolaan Media Sosial

Informasi kesehatan secara rutin diperbarui melalui platform media sosial seperti Instagram dan Facebook. Selain itu, Humas juga menggandeng media lokal untuk menjangkau lebih banyak audiens, sehingga pesan-pesan kesehatan dapat diterima secara luas.

2. Komunikasi di Lingkungan Internal

Untuk menjaga konsistensi informasi dan kualitas pelayanan, Humas menjalin komunikasi yang baik dengan seluruh staf rumah sakit. Pendekatan ini memastikan semua pihak memiliki pemahaman yang sama mengenai kebijakan dan program yang dijalankan.

3. Kolaborasi dengan Media Lokal

Humas menjalin kerja sama dengan pers dan radio lokal dalam menyebarkan informasi kesehatan serta memberikan edukasi kepada masyarakat. Kolaborasi ini mempermudah penyampaian pesan kepada komunitas yang lebih luas.

Strategi ini menyoroti pentingnya tindakan dan komunikasi yang efektif untuk mendukung pelayanan kesehatan serta membangun hubungan baik dengan masyarakat dan pihak internal rumah sakit (Pratomo & Wiwitan, n.d.).

Evaluasi bertujuan untuk mengukur sejauh mana efektivitas aktivitas komunikasi yang telah dilakukan. Tim Humas Rumah Sakit Pakuwon mengimplementasikan survei kepuasan pasien, menganalisis umpan balik dari media sosial, serta mengadakan rapat evaluasi internal untuk menilai keberhasilan serta menentukan aspek yang perlu diperbaiki. Penelitian menunjukkan bahwa evaluasi yang dilakukan secara berkesinambungan sangat penting guna menjaga relevansi dan efektivitas strategi komunikasi dalam mencapai sasaran

organisasi (Bamidele et al., 2025). Evaluasi kerja Humas RS Pakuwon dilakukan secara rutin guna memastikan efektivitas strategi komunikasi dan layanan yang dijalankan. Adapun langkah-langkah evaluasi yang dilakukan meliputi (Penulis et al., 2022):

1. Koordinasi Internal

Humas melakukan komunikasi serta koordinasi dengan staf dan pihak manajemen rumah sakit untuk mengidentifikasi masalah yang mungkin timbul. Langkah ini membantu menyelesaikan kendala secara tepat dan mendukung perbaikan pelayanan secara menyeluruh.

2. Tanggapan Cepat terhadap Masalah

Humas merespons keluhan atau masukan dari pasien dan masyarakat secara cepat serta mencari solusi terbaik. Pendekatan ini penting untuk membangun kepercayaan publik dan memastikan permasalahan dapat teratasi secara efektif.

3. Pengembangan Berkelanjutan

Berdasarkan hasil evaluasi, Humas melakukan berbagai perbaikan dan peningkatan dalam pelaksanaan strategi komunikasi dan pelayanan rumah sakit. Hal ini menjadi wujud komitmen RS Pakuwon terhadap peningkatan kualitas secara berkesinambungan.

KESIMPULAN

Humas Rumah Sakit Pakuwon Kabupaten Sumedang menunjukkan dedikasi yang kuat dalam meningkatkan pelayanan melalui tiga aspek utama dalam manajemen komunikasi, yaitu perencanaan, tindak lanjut, dan evaluasi. Pada tahap perencanaan, Humas merancang berbagai program komunikasi, seperti menyebarkan informasi kesehatan lewat media sosial, mengadakan kegiatan sosial seperti donor darah, serta menjadi penghubung antara rumah sakit dan keluarga pasien. Tujuan utamanya adalah untuk menciptakan citra positif dan menyebarkan edukasi kesehatan kepada masyarakat.

Di tahap tindak lanjut dan komunikasi, Humas aktif mengelola komunikasi dengan berbagai pihak, termasuk media sosial dan media lokal, guna memperluas jangkauan informasi. Kolaborasi internal yang solid juga menjaga keselarasan informasi dan pelayanan yang diberikan kepada pasien dan masyarakat. Pada tahap evaluasi, Humas melakukan penilaian berkala terhadap efektivitas program komunikasi yang dijalankan.

Hasil evaluasi ini digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan respons terhadap keluhan yang muncul. Secara keseluruhan, Humas Rumah Sakit Pakuwon berhasil meningkatkan kesadaran kesehatan masyarakat dan menjaga hubungan baik antara rumah sakit dan masyarakat melalui komunikasi yang efektif. Evaluasi yang terus dilakukan memungkinkan rumah sakit untuk beradaptasi dan memastikan pelayanan tetap relevan serta responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

REFERENSI

- Bamidele, R. F., Obasi, M. C., Akin-, E. O. O., & Ridwan, M. (2025). *Assessment of Public Relations for Effective Healthcare Service Delivery Assessment of Public Relations for Effective Healthcare Service Delivery. February*. <https://doi.org/10.33258/konfrontasi2.v12i1.327>
- Cameron, E. K., Lindsay, H., & Wilcox, M. D. (2011). A Society visit to Motuora Island, Hauraki Gulf, 16 Oct 2010. *Auckland Botanical Society*, 67.
- EB, G. A. (2016). Strategi cyber public relations dalam pembentukan citra institusi pendidikan tinggi swasta. *Jurnal The Messenger*, 6(1), 1–7.
- Grönroos, C. (2000). Creating a relationship dialogue: communication, interaction and value. *The Marketing Review*, 1(1), 5–14. HIMIKOM UNIB. (n.d.). *PERENCANAAN PROGRAM KERJA HUMAS (PUBLIC RELATIONS)*.

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kotler, P., Pfoertsch, W., & Michi, I. (2006). *B2B brand management* (Vol. 357). Springer.
- Onggo, B. J. (2004). *Cyber public relations*. Elex Media Komputindo.
- Penulis, D., Rafika, M., & Putra, H. S. (2022). *INSTALASI HUMAS DAN PROMOSI KESEHATAN RUMAH SAKIT (PKRS) RSD DR SOEBANDI*. 1(37), 244–253.
- Pratomo, R. H. V., & Wiwitan, T. (n.d.). *Strategi Humas dalam Menjaga Citra Rumah Sakit*. 416–423.
- Sjoraida, D. F., & Anwar, R. K. (n.d.). *POLA KOMUNIKASI HUMAS RUMAH SAKIT DI ERA DIGITAL*. 8.
- Tull, D. S., & Hawkins, D. I. (1980). *Marketing research: measurement and method: a text with cases*. Macmillan New York, NY.
- Viyandika, H., & Wiwitan, T. (2022). (2022). Strategi Humas dalam Menjadi Citra Rumah Sakit. *Trategi Humas Dalam Menjadi Citra Rumah Sakit*. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.1626>
- Viyandika, H., & Wiwitan, T. (2022). Strategi Humas dalam Menjadi Citra Rumah Sakit. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(1), 416–423. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v2i1.1626>
- Winarto, A., Mahmud, E., & Muadin, A. (2023). *Manajemen Humas dalam Membangun Citra Lembaga : Studi Multisitius di STAI Sangatta dan STIPER Sangatta Kutai Timur* 6(1), 159–169.